



# Programa de Mercadeo

SEGUNDO SEMESTRE



Universidad de la.  
**Amazonia**

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
**PROGRAMA DE MERCADEO**

## Equipo Diseñador

Daniel Camilo Duran Camacho  
**Director**

Yhully Marin  
**Coordinador de Medios y Recursos Tecnológicos**

## Coordinadora de Programa

**Esp. EDNA EDIT GUARACA PENNA**

## NEC Docente – Autores de la Guía Didáctica

JAIME ANDRÉS CASTRO LOZADA  
**Estrategia de Producto y Precio**

BEXSI RODRIGUEZ AGUILAR

JHON FREDY LLANOS MEDINA

**Contabilidad Financiera y Costos**

LUZ MARINA BECERRA

DULMARY ARTUNDUAGA

**Comunicación II**

EDWARD CASTAÑO MARTÍNEZ

YEISON VAQUIRO PLAZAS

**Cálculo Diferencial e integral**

EDNA MARGARITA PLAZAS

ANGELA ARAGON

**Introducción a la Economía**

EDWARD F. GÓMEZ HURTADO

JESÚS ANTONIO RIVAS

**Pensamiento Estratégico en Mercadeo**

NORMA BELTRÁN

**Comportamiento del Consumidor**

Florencia – Caquetá, 2026.



Campus Porvenir Calle 17 Diagonal 17 con Carrera 3F  
– Barrio Porvenir Tel: (+57) 8-4366160



Este documento se encuentra bajo una Licencia de Creative Commons. Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

\* Esta guía didáctica se estructuró bajo los lineamientos pedagógicos y didácticos del modelo de educación a distancia, tomados del Capítulo 3 del Módulo “EDUCACIÓN A DISTANCIA: SIGNIFICACIÓN HISTÓRICA, EDUCATIVA Y PEDAGÓGICA”, ISBN 958- 97270-0-X. Autores: Luz Dary Cardona García y Lillyam López de Parra.

# CONTENIDO

**Presentación**

**Orientaciones para el Desarrollo del Proceso de Estudio**

**Estructura de Contenidos del Semestre**

**Primer Momento de Aprendizaje Autónomo**

**Interaprendizaje o Trabajo de Núcleos de Estudio Colaborativo**

**Segundo Momento de Aprendizaje Autónomo**

**Trabajo Integrado Final**

**Bibliografía**

# Guía Didáctica Presentación

# Presentación

## **Apreciado estudiante,**

Bienvenido a su proceso de formación como Profesional en Mercadeo en la Modalidad de Educación a Distancia en la Universidad de la Amazonía.

## **Propósitos y estructura de la guía didáctica:**

En educación a distancia el desarrollo de un periodo académico debe estar previamente planeado y programado, en este sentido, para el programa de Mercadeo, la Guía Didáctica se convierte en la principal herramienta de mediación entre la enseñanza y el aprendizaje. Un semestre académico se estructura en un bloque programático conformado por unidades temáticas o espacios académicos, los cuales se integran alrededor de un eje problémico o pregunta orientadora de investigación, incentivando así la integralidad y la interdisciplinariedad de diferentes áreas del saber. De otro lado, incentiva el aprendizaje autónomo y el trabajo en equipo o colaborativo para dar respuesta al trabajo teórico práctico que conlleva a procesos de investigación formativa a través de un proyecto de semestre representado en un producto denominado Trabajo Integrado Final “TIF”, que se aborda desde los núcleos de estudio colaborativo por parte de los estudiantes con el acompañamiento permanente del asesor o profesor, el cual se desarrolla a través de momentos de interaprendizaje.

## **Propósitos de la guía**

- Orienta al estudiante las diferentes actividades y estrategias a desarrollar para dar cumplimiento a sus compromisos académicos.
- Promueve y motiva en el estudiante el aprendizaje autónomo y el interaprendizaje o trabajo colaborativo.
- Promueve la investigación formativa al dar respuesta a un eje problémico a través del desarrollo del bloque programático.
- Organiza el trabajo en productos y tiempos de entrega para los estudiantes y asesores.
- Orienta el desarrollo de habilidades en el uso de las herramientas TIC, creando y editando sus propios productos (videos, diseño de diagramas, el uso de almacenamiento en la nube, tratamiento de archivos en diferentes formatos, la gestión de búsquedas a través de bases de datos especializadas desde de la web)
- Gestión de las diferentes herramientas y actividades de la plataforma virtual que debe asumir el estudiante para el desarrollo de su proceso de formación.

# Proceso de Estudio

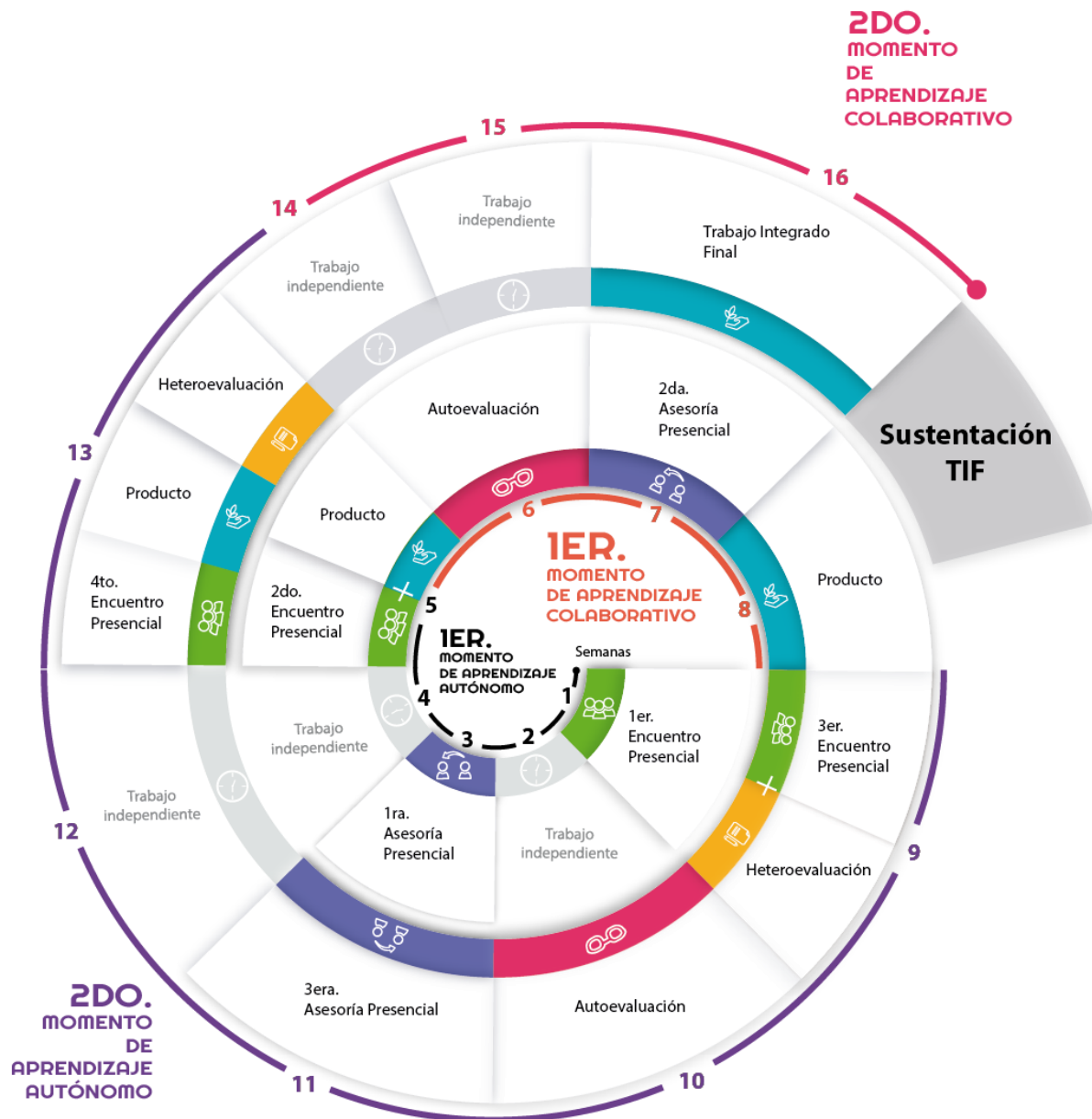
## Orientaciones

## ¿Cómo se estudia a distancia en la Universidad de la Amazonia?

Un semestre en los programas académicos de la modalidad de Educación a Distancia se desarrolla a través de un proceso de estudio estructurado en dos momentos de aprendizaje autónomo y dos momentos de interaprendizaje o trabajo colaborativo que se abordan durante 16 semanas de clase. En cada uno de los momentos de estudio, se realizan actividades para la construcción de productos integrados definidos en la guía didáctica, que es considerada la principal herramienta de mediación que cuenta el estudiante para ubicarse en su propio proceso de formación de un semestre académico. Para ello, el estudiante a distancia cuenta con el apoyo del grupo de asesores (profesores), con quienes se programan encuentros presenciales, asesorías presenciales en el aula y asesorías virtuales permanentes asistidas por tecnología que se desarrollan a través del *Campus Virtual de Educación Distancia (Plataforma Moodle)* y el *sistema de videoconferencias*. De igual manera, se orienta al estudiante a que lleve a cabo procesos de autodiagnóstico, autorreflexión, autorregulación y cooperación acerca de su aprendizaje, una vez realizada la autoevaluación, y de manera colectiva en la coevaluación de cada Núcleo de Estudio Colaborativo (NEC). Todo el proceso se enfoca desde una perspectiva holística e integrada en el que las unidades temáticas o espacios académicos se interrelacionan en pro de la construcción y sustentación del Trabajo Integrado Final (TIF) o proyecto de semestre.

Un aspecto fundamental de resaltar para conocer cómo se estudia a distancia en la Universidad de la Amazonia, es que el Modelo Pedagógico Mediacional en Educación a Distancia se centra en elementos, procesos y estrategias de mediación pedagógica en donde *se privilegia la comunicación e interacción permanente entre docentes y estudiantes*, posibilitando las diferentes formas de mediar el proceso de enseñanza y aprendizaje; es decir, un semestre académico representado en el proceso de estudio como se describe en el siguiente gráfico, el encuentro presencial no es el centro del proceso de formación, el encuentro presencial es una de las múltiples estrategias que se utilizan para acompañar el proceso de formación, además de las asesorías, los materiales de estudio, el trabajo colaborativo, la misma guía didáctica, la forma en que se estructura el currículo bajo un enfoque integrado e interdisciplinario, y todas las herramientas tecnológicas que se puedan emplear haciendo uso pedagógico de las mismas para el acompañamiento en el proceso de formación del estudiante.

En este sentido, el proceso de estudio utiliza como mediación tecnológica la plataforma Moodle, la cual facilita la organización de cursos, actividades y tiempos programados en la guía didáctica, permitiendo así la convergencia de docentes y estudiantes desde cada uno de los momentos de aprendizaje. Así mismo, posibilita la interacción a través de las diferentes herramientas de comunicación, estableciendo encuentros de manera síncrona y asíncrona con el fin de acompañar y evaluar el proceso de estudio.



El gráfico representa una espiral ascendente que detalla el proceso de estudio durante el periodo académico (16 semanas) y cada una de las actividades a desarrollar a través de los momentos de aprendizaje autónomo y aprendizaje colaborativo.

## Temporalización de actividades

<b>Primera Heteroevaluación</b>	<b><i>14 y 15 de Marzo de 2026</i></b>
<b>Segunda Heteroevaluación</b>	<b><i>9 y 10 de Mayo de 2026</i></b>
<b>Primera Autoevaluación</b>	<b><i>14 al 17 de Marzo de 2026</i></b>
<b>Segunda Autoevaluación</b>	<b><i>25 al 28 de Abril de 2026</i></b>
<b>Coevaluación</b>	<b><i>9 y 10 de Mayo de 2026</i></b>
<b>Sustentación TIF</b>	<b><i>6 y 7 de Junio de 2026</i></b>
<b>Fecha límite de reporte evaluación del 75%</b>	<b>Hasta el 19 de Mayo de 2026</b>
<b>Fecha límite de reporte evaluación del 25%</b>	<b>Hasta el 9 de Junio de 2026</b>
<b>Fecha límite de Modificación de notas del 75%</b>	<b>Hasta el 22 de Mayo de 2026</b>
<b>Fecha límite de Modificación de notas del 25%</b>	<b>Hasta el 12 de Junio de 2026</b>

# Estructura de Contenidos

## Propósitos de Formación del Bloque Programático

El programa de Mercadeo, modalidad distancia de la Universidad de la Amazonia tiene como objetivo desarrollar en el segundo semestre el Bloque Programático denominado “CONTEXTO DEL MERCADO Y SU ENTORNO SOCIAL”; este bloque busca que el estudiante tenga la capacidad de conocer y gestionar los elementos básicos del mercadeo, la comercialización, sus procesos y su estructura organizativa. Así mismo, conocer los principios básicos del comportamiento del consumidor. En este sentido, los espacios académicos que transversalizan el bloque programático de acuerdo con las exigencias del programa académico son: Comportamiento del Consumidor y Estrategia de producto y precio, como unidades temáticas disciplinares. Las unidades de apoyo son: Cálculo, Introducción a la Economía, Pensamiento Estratégico, Comunicación II y Contabilidad Financiera y Costos.

**Competencia:** [Reconoce y gestiona los elementos básicos del Mercadeo, su comercialización, procesos y estructura organizativa

Pregunta de investigación que orientará el Trabajo Integrado Final de este semestre:

---

*¿Cómo influye el mercado en el poder de decisión del consumidor?*

---

# Primer Momento de Aprendizaje Autónomo

**Desde el 9 de Febrero hasta al 9 de Marzo de 2026**

# NOMBRE DE ESPACIOS ACADÉMICOS: INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA

## Temas y subtemas

- **1. INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA**
- Introducción a la economía
- Generalidades de la Economía
- Caracterización de los sistemas económicos
- Mercado, Precios, Valor
  
- SUBEJE PROBLÉMICO: ¿Por qué los indicadores económicos de las empresas más representativas y competitivas del contexto inciden en el comportamiento del consumidor?
- 

## Material didáctico de apoyo

- GRAUE RUSSEK, Ana Luisa. Fundamentos de Economía. 2009
- MOCHON MORCILLO, Francisco. Principios de Economía. 2006
- 

## Actividades

- El área económica ocupará un importante lugar dentro de la formación profesional en Mercadeo, porque le permitirá conocer las leyes que rigen la realidad en que desarrollará su actividad y que determinan, por tanto, los alcances y límites de su disciplina profesional. Con el objetivo de avanzar en la comprensión de los temas y los subtemas, elabore una síntesis donde se inicie a resolver la intencionalidad del Subeje problémico, teniendo como preámbulo las siguientes preguntas: ¿Cuáles son los indicadores económicos de las empresas más representativas y competitivas del contexto? ¿Cómo inciden en el comportamiento del consumidor? ¿Cómo se caracterizan los sistemas económicos?
- Participe en el foro académico donde se logre evidenciar el análisis de las preguntas anteriores. Es importante replicar como mínimo a

tres foristas para iniciar avances del primer producto de aprendizaje autónomo. Así mismo, crear en el foro académico, dos argumentos como producto de la síntesis y la tesis del texto argumentativo.

- Evaluación: Se toma como referencia el foro académico y el texto argumentativo. Criterios de evaluación: Participación en el foro, nivel de argumentación en relación con el Subeje problémico y creatividad en el momento de articular las dos unidades temáticas

### Producto

- Texto Argumentativo (Máximo de 3 páginas, Normas APA) que responda al Subeje problémico: **¿Por qué los indicadores económicos de las empresas más representativas y competitivas del contexto inciden en el comportamiento del consumidor?**
- Tipo Archivo: **Word**
- Nombre archivo: **PMA1\_Nombredel estudiante.**
- **Fecha de envío: Hasta el 9 de marzo de 2026.**

## PRODUCTO PRIMER MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Rúbrica texto Argumentativo						
Criterio	Insatisfactorio	Mejorable	Aceptable	Bueno	Excelente	Puntuación
<b>Título</b>	El trabajo carece de título.	El título no es coherente con el contenido o es poco atractivo.	El título es poco original o no se relaciona de manera clara con el contenido.	El título tiene una relación clara con el contenido del trabajo.	Es llamativo, creativo y está estrechamente relacionado con el tema tratado.	
<b>Introducción</b>	La introducción no presenta una relación clara con el tema o es poco atractiva para el lector.	La introducción no es clara y puede mejorar la forma de presentar la información.	Presenta información parcialmente pertinente y contextualizada.	Presenta información pertinente y contextualizada sobre el tema abordado.	Plantea de manera clara el tema y presenta información pertinente y contextualizada para captar la atención del lector. Incluye un recurso discursivo llamativo, como una afirmación	

					fuerte o una pregunta.	
<b>Tesis</b>	El trabajo no presenta una tesis clara o no incluye una declaración de tesis.	La tesis es difícil de identificar en el texto o necesita una redacción más clara.	La tesis se propone, pero no se plantea de manera clara y precisa.	La tesis se presenta en un párrafo claro y comprensible.	La tesis está claramente identificada en la introducción o inmediatamente después de esta, y está redactada de forma precisa y concisa.	
<b>Argumentos</b>	Los argumentos no respaldan la tesis de manera adecuada y carecen de coherencia y evidencias sólidas.	Los argumentos no son totalmente pertinentes o carecen de una estructura lógica y evidencias sólidas.	Los argumentos son pertinentes para la tesis, pero pueden mejorarse en su desarrollo y apoyo con evidencias.	Los argumentos son pertinentes para la tesis y se presentan con claridad y coherencia.	Los argumentos son relevantes para la tesis y se presentan de manera clara. Están respaldados con evidencias sólidas (hechos, estadísticas, ejemplos, citas, etc.), incluyendo al menos tres fuentes.	
<b>Conclusión</b>	La conclusión no cumple con lo esperado para el texto o es inexistente.	La conclusión no es clara o no se relaciona adecuadamente con el desarrollo del trabajo.	La conclusión es aceptable, pero puede mejorar en su fuerza y relación con la tesis.	La conclusión deja al lector con una idea clara de la posición del autor.	La conclusión es fuerte y deja al lector con una clara idea de la posición del autor. Además, reitera la tesis de manera efectiva.	
<b>Gramática, Ortografía y Puntuación</b>	El texto tiene graves errores en gramática, ortografía, puntuación o edición, y no mantiene un	El texto presenta varias falencias en gramática, ortografía, puntuación o edición.	El texto tiene algunas falencias en gramática, ortografía, puntuación o edición.	El texto tiene una adecuada gramática, ortografía, puntuación y edición.	El texto tiene una excelente gramática, ortografía, puntuación y edición. Además, mantiene un registro	

	registro académico.				académico adecuado.	
<b>Fuentes de Información</b>	No se cumple con lo exigido en las normas APA para citar fuentes o las fuentes no son creíbles.	No se presentan fuentes confiables o las citas tienen muchos errores según las normas APA.	Se presentan fuentes parcialmente creíbles y las citas tienen algunos errores según las normas APA.	Se presentan fuentes y están citadas de acuerdo con las normas APA.	Todas las fuentes usadas son creíbles y están citadas correctamente según las normas APA.	

ESCALA DE VALORACIÓN	
<b>Excelente</b>	5.0
<b>Bueno</b>	4.0 – 4.5
<b>Aceptable</b>	3.0 – 3.5
<b>Insuficiente</b>	2.0 – 2.9
<b>Deficiente</b>	1.0 – 1.9
<b>No entregó</b>	0

## CONTABILIDAD FINANCIERA Y COSTOS

### Temas y subtemas

#### CONTABILIDAD FINANCIERA Y COSTOS

- El Sistema Contable
- Diferencias entre la Contabilidad Financiera y la contabilidad de Costos
- Terminología y conceptos básicos
- Estados Financieros básicos
- Clasificación de los costos
- Costos de producción

- Análisis costo-volumen-utilidad y punto de equilibrio.
- SUBEJE PROBLÉMICO: ¿Cómo influye la contabilidad financiera y de costos en las empresas del contexto y en el comportamiento de los consumidores?

### **Material didáctico de apoyo**

- Gómez Agundiz, X. (2018). *Gestión de costos y precios*. Grupo Editorial Patria. <https://elibro.net/es/lc/amazonia/titulos/40538>
- Charles T. Horngren. *Contabilidad de costos: un enfoque gerencial*. Pearson Educación, México, 2012.

### **Actividades**

- El profesional de Mercadeo debe tener conocimientos básicos del sistema contable, el conjunto de estados financieros que elabora la contabilidad financiera y la contabilidad de costos, para analizar, interpretar, planear y controlar decisiones referidas a los costos de adquisición o utilización de los recursos de la organización.
- Con el objetivo de avanzar en la comprensión de los temas y los subtemas, elabore una síntesis donde se inicie a resolver la intencionalidad del Subeje problémico, teniendo como preámbulo las siguientes preguntas: ¿Cuál es el propósito de la contabilidad financiera para las empresas? ¿Qué aspectos debe tener en cuenta el Profesional Mercadólogo para analizar información Contable Financiera y de costos? ¿Cuáles son los costos de las empresas más representativas y competitivas del contexto? ¿Cómo ayuda la contabilidad de costos a la contabilidad financiera? ¿Qué importancia tienen los costos de producción, la aplicación del análisis costo volumen utilidad y el punto de equilibrio en la situación financiera de una empresa? ¿Cómo la contabilidad de costos aporta en la eficiencia empresarial? ¿Cómo incide la Contabilidad Financiera y de Costos en el comportamiento del consumidor?

- Participe en el foro académico donde se logre evidenciar el análisis de las preguntas anteriores. Es importante replicar como mínimo a dos foristas para iniciar avances del primer producto de aprendizaje autónomo.

**Evaluación:** Se toma como referencia el foro académico y el texto argumentativo.

**Criterios de evaluación:** Participación en el foro, nivel de argumentación en relación con el Subeje problémico.

### Producto

- Texto Argumentativo (Entre 4 y 6 páginas, Normas APA) que responda al Subeje problémico: **¿Cómo influye la contabilidad financiera y de costos en las empresas del contexto y en el comportamiento del consumidor?**
- Tipo Archivo: **Word**
- Nombre archivo: **PMA1\_Nombredel estudiante.**
- **Fecha de envío: Hasta el 9 de marzo de 2026.**

## PRODUCTO PRIMER MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Rúbrica texto Argumentativo						
Criterio	Insatisfactorio	Mejorable	Aceptable	Bueno	Excelente	Puntuación
<b>Título</b>	El trabajo carece de título.	El título no es coherente con el contenido o es poco atractivo.	El título es poco original o no se relaciona de manera clara con el contenido.	El título tiene una relación clara con el contenido del trabajo.	Es llamativo, creativo y está estrechamente relacionado con el tema tratado.	

<b>Introducción</b>	La introducción no presenta una relación clara con el tema o es poco atractiva para el lector.	La introducción no es clara y puede mejorar la forma de presentar la información.	Presenta información parcialmente pertinente y contextualizada.	Presenta información pertinente y contextualizada sobre el tema abordado.	Plantea de manera clara el tema y presenta información pertinente y contextualizada para captar la atención del lector. Incluye un recurso discursivo llamativo, como una afirmación fuerte o una pregunta.	
<b>Tesis</b>	El trabajo no presenta una tesis clara o no incluye una declaración de tesis.	La tesis es difícil de identificar en el texto o necesita una redacción más clara.	La tesis se propone, pero no se plantea de manera clara y precisa.	La tesis se presenta en un párrafo claro y comprensible.	La tesis está claramente identificada en la introducción o inmediatamente después de esta, y está redactada de forma precisa y concisa.	
<b>Argumentos</b>	Los argumentos no respaldan la tesis de manera adecuada y carecen de coherencia y evidencias sólidas.	Los argumentos no son totalmente pertinentes o carecen de una estructura lógica y evidencias sólidas.	Los argumentos son pertinentes para la tesis, pero pueden mejorarse en su desarrollo y apoyo con evidencias.	Los argumentos son pertinentes para la tesis y se presentan con claridad y coherencia.	Los argumentos son relevantes para la tesis y se presentan de manera clara. Están respaldados con evidencias sólidas (hechos, estadísticas, ejemplos, citas, etc.), incluyendo al menos tres fuentes.	
<b>Conclusión</b>	La conclusión no cumple con lo esperado para el texto o es inexistente.	La conclusión no es clara o no se relaciona adecuadamente con el desarrollo del trabajo.	La conclusión es aceptable, pero puede mejorar en su fuerza y relación con la tesis.	La conclusión deja al lector con una idea clara de la posición del autor.	La conclusión es fuerte y deja al lector con una clara idea de la posición del autor. Además, reitera la tesis de manera efectiva.	

<b>Gramática, Ortografía y Puntuación</b>	El texto tiene graves errores en gramática, ortografía, puntuación o edición, y no mantiene un registro académico.	El texto presenta varias falencias en gramática, ortografía, puntuación o edición.	El texto tiene algunas falencias en gramática, ortografía, puntuación o edición.	El texto tiene una adecuada gramática, ortografía, puntuación y edición.	El texto tiene una excelente gramática, ortografía, puntuación y edición. Además, mantiene un registro académico adecuado.	
<b>Fuentes de Información</b>	No se cumple con lo exigido en las normas APA para citar fuentes o las fuentes no son creíbles.	No se presentan fuentes confiables o las citas tienen muchos errores según las normas APA.	Se presentan fuentes parcialmente creíbles y las citas tienen algunos errores según las normas APA.	Se presentan fuentes y están citadas de acuerdo con las normas APA.	Todas las fuentes usadas son creíbles y están citadas correctamente según las normas APA.	

ESCALA DE VALORACIÓN	
<b>Excelente</b>	5.0
<b>Bueno</b>	4.0 – 4.5
<b>Aceptable</b>	3.0 – 3.5
<b>Insuficiente</b>	2.0 – 2.9
<b>Deficiente</b>	2.0 – 1.9
<b>No entregó</b>	0

## ESTRATEGIA DE PRODUCTO Y PRECIO/ COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y PENSAMIENTO ESTRATÉGICO DE MERCADO

### Temas y subtemas

- 1. ESTRATEGIA DE PRODUCTO Y PRECIO
- -El producto como variable del mix comercial
- Análisis del producto como variable estratégica
- Atributos del producto: La marca, el envase y la etiqueta
- La cartera de productos
- 2. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

- Conceptos generales
- Teorías respecto a la Conducta del Consumidor
- Factores que influyen en el Comportamiento del Consumidor.
- Protección al consumidor
- 3. PENSAMIENTO ESTRATÉGICO DE MERCADO
- ¿Qué es y qué implica pensar estratégicamente?
- Introducción al pensamiento estratégico
- ¿Qué es estrategia? ¿Por qué pensar estrategias?
- ¿Cuál es el rol de la estrategia en la organización?
- ¿Qué características definen al estratega y su forma de pensamiento?
- SUBEJE PROBLÉMICO: ¿Cómo desde un contexto departamental como el actual, es posible, ser competitivos y poseer nuestros productos y servicios en el mercado?

### **Material didáctico de apoyo**

- Acceder al material didáctico disponible en la plataforma Moodle de acuerdo con los temas y subtemas anteriores de las tres unidades temáticas anteriores.

### **Actividades**

- La articulación de los tres espacios académicos tiene como finalidad que el estudiante conozca los principios básicos del comportamiento del Consumidor, los principales factores de influencias internas y externas a individuos en su comportamiento de compra.

- Con la finalidad de avanzar en la comprensión de los temas y los subtemas, es pertinente iniciar a elaborar un mapa conceptual donde se logre identificar conceptos, ideas y las principales relaciones jerárquicas entre las tres unidades temáticas, en procura de iniciar a dar respuesta al Subeje problémico. Una vez realizado el mapa conceptual, socializar en el foro académico las principales relaciones jerárquicas establecidos entre las tres unidades temáticas; éstas serán objeto de discusión grupal para ser evaluadas en las asesorías y el primer momento de aprendizaje autónomo. Como resultado de las diferentes participaciones en el foro académico, se inicia a replantear y mejorar el mapa conceptual en relación al Subeje problémico: ¿Cómo desde un contexto departamental como el actual, es posible, ser competitivos y posesionar nuestros productos y servicios en el mercado?
- Evaluación: Se toma como referencia la participación en el foro académico (Producción de texto autónomo, argumentación, interacción y participación grupal mediante réplicas) y el mapa conceptual. Criterios de evaluación del mapa conceptual: Articulación de las tres unidades temáticas, jerarquizar, contrastar, comparar conceptos claves que conlleve a la comprensión y análisis del Subeje problémico.

## **Producto**

- Mapa conceptual, elaborado mediante la siguiente herramienta tecnológica(<https://cmaptools.uptodown.com/windows/descargar>)
- Describir aspectos generales para la entrega del producto como:
- Tipo Archivo: (jpg, png)
- Nombre archivo: **PMA\_Nombredel estudiante**.
- **Fecha de envío: Hasta el 9 de marzo de 2026.**

## PRODUCTO PRIMER MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Rúbrica de mapa conceptual						
Criterio	Insatisfactorio	Mejorable	Aceptable	Bueno	Excelente	Puntuación
<b>Conceptos</b>	No se puede distinguir una jerarquía dentro de los conceptos o ideas presentadas.	Los conceptos e ideas presentados no están jerarquizados de forma lógica, dificultando la comprensión de la relación entre ellos.	Algunos conceptos e ideas presentados están jerarquizados, pero la estructura puede ser más clara y lógica.	Los conceptos e ideas presentados están medianamente jerarquizados, aunque algunos pueden ser mejorados en su orden.	Los conceptos e ideas presentados están jerarquizados de forma lógica, desde los más inclusivos hasta los subordinados.	
<b>Relación entre conceptos</b>	No se pueden distinguir relaciones entre los conceptos o están ausentes.	Las relaciones presentadas entre los conceptos no son adecuadas o son poco claras, dificultando la comprensión del mapa.	Las relaciones presentadas entre los conceptos son de difícil comprensión y pueden requerir aclaraciones.	Las relaciones presentadas entre los conceptos son aceptables, aunque algunos vínculos pueden ser más claros.	Las relaciones presentadas entre los conceptos son claras, adecuadas y facilitan la comprensión del tema.	
<b>Conectores</b>	Los conectores utilizados no son adecuados para mostrar relaciones entre los conceptos.	Los conectores utilizados no permiten distinguir con facilidad las relaciones entre los conceptos.	Algunos conectores utilizados son claros, pero se pueden mejorar para mostrar relaciones con mayor claridad.	Los conectores utilizados son adecuados, aunque algunos pueden ser más precisos.	Los conectores utilizados son precisos y permiten identificar fácilmente las relaciones entre los conceptos.	
<b>Economía del lenguaje</b>	No hay economía del lenguaje ni simplicidad en las palabras utilizadas.	Las palabras utilizadas no permiten extraer con facilidad una síntesis clara del contenido.	Algunas palabras utilizadas son claras y concretas, pero puede haber	Las palabras utilizadas son mayormente claras y concretas, aunque	Las palabras utilizadas son claras, concretas y permiten extraer fácilmente una	

			redundancias o ambigüedades.	algunas pueden ser más precisas.	síntesis del contenido.	
<b>Material didáctico</b>	El mapa no está apoyado en el material didáctico sugerido.	El mapa está apoyado de manera confusa en el material didáctico sugerido.	El mapa está parcialmente apoyado en el material didáctico sugerido.	El mapa está apoyado completamente en el material didáctico sugerido.	El mapa está completamente apoyado en el material didáctico sugerido y complementado con material adicional relevante.	

ESCALA DE VALORACIÓN	
<b>Excelente</b>	5.0
<b>Bueno</b>	4.0 – 4.5
<b>Aceptable</b>	3.0 – 3.5
<b>Insuficiente</b>	2.0 – 2.9
<b>Deficiente</b>	1.0 – 1.9
<b>No entregó</b>	0

## CALCULO DIFERENCIAL E INTEGRAL

### Temas y subtemas

- TEMA: LA DERIVADA
- **Subtemas:**
- Concepto de Variación
- La derivada y sus usos en el mercadeo
- Las reglas de derivación
- Criterio de la segunda derivada
- Máximos y mínimos

- SUBEJE PROBLÉMICO: ¿Cómo generar una estrategia para la optimización del Mercadeo de productos y servicios que inciden positivamente en el consumidor?

### **Material didáctico de apoyo**

- Ingresar a la plataforma Moodle y acceder al material didáctico de Cálculo Diferencial e Integral y demás documentos relacionados con el tema y subtema de este espacio académico.

### **Actividades**

- Este espacio académico tiene como objetivo identificar las herramientas conceptuales básicas de las matemáticas para aplicar en situaciones de contexto administrativo y financiero de las organizaciones mediante el uso de modelos matemáticos.
- Realizar lectura comprensiva del material didáctico de apoyo y desarrollar los ejercicios propuestos por el docente en cada una de las asesorías. Participa en el foro académico de acuerdo con los diferentes interrogantes propuestos por el asesor con la finalidad de comprender y analizar la intención del Subeje problémico: ¿Cómo generar una estrategia para la optimización del Mercadeo de productos y servicios que inciden positivamente en el consumidor?
- Como resultado de la participación en el foro, elabore una síntesis que permita describir, resumir y analizar el Subeje problémico.
- Evaluación: se toma como referencia de evaluación la participación y las réplicas del foro académico y la síntesis.

### **Producto**

- Síntesis (máximo de dos páginas) que logre analizar el Subeje problémico: ¿Cómo generar una estrategia para la optimización del Mercadeo de productos y servicios que inciden positivamente en el consumidor?
- Describir aspectos generales para la entrega del producto como: Formato Word, con la siguiente nomenclatura: PMA\_Nombredel estudiante.
- **Fecha de envío: Hasta el 9 de Marzo de 2026.**

## PRODUCTO PRIMER MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Rúbrica síntesis						
criterio	Excelente	Bueno	Aceptable	Mejorable	Insatisfactorio	Puntuación
<b>Comprensión del Texto Original</b>	El resumen demuestra una comprensión profunda y completa del texto original, captando todos los puntos clave y detalles importantes.	El resumen demuestra una buena comprensión del texto original, incluyendo los puntos principales, aunque algunos detalles podrían haberse omitido.	El resumen demuestra una comprensión básica del texto original, pero deja de lado varios puntos importantes.	El resumen muestra una comprensión limitada del texto original, omitiendo información relevante y puntos clave.	El resumen no muestra comprensión del texto original y no refleja adecuadamente su contenido.	
<b>Concisión y Síntesis</b>	El resumen es altamente conciso y sintetiza de manera efectiva las ideas esenciales del texto original sin perder información relevante.	El resumen es conciso y sintetiza la mayoría de las ideas esenciales del texto original, pero podría ser más breve en algunos puntos.	El resumen es en su mayoría conciso, pero incluye algunos detalles innecesarios o repite información del texto original.	El resumen es poco conciso y no logra sintetizar adecuadamente las ideas clave del texto original.	El resumen es extenso y no logra sintetizar las ideas esenciales del texto original, resultando en un texto redundante y poco claro.	
<b>Organización y Estructura del Resumen</b>	El resumen sigue una estructura clara y lógica, reflejando el orden del texto original y presentando las ideas de manera coherente.	El resumen sigue una estructura adecuada y presenta las ideas de forma coherente, aunque algunas secciones podrían mejorarse en su organización.	El resumen sigue una estructura básica, pero la organización de las ideas puede resultar confusa en algunos puntos.	El resumen carece de una estructura clara, lo que dificulta la comprensión y la coherencia de las ideas presentadas.	El resumen no tiene una estructura definida y las ideas están desorganizadas, dificultando la comprensión del contenido.	
<b>Uso de Lenguaje y Redacción</b>	El resumen utiliza un lenguaje preciso, claro y adecuado al público objetivo. La redacción es	El resumen utiliza un lenguaje claro y adecuado, aunque algunos términos	El resumen utiliza un lenguaje comprensible, pero presenta algunas	El resumen tiene problemas de redacción y el lenguaje utilizado dificulta la	El resumen contiene errores gramaticales y de redacción, lo que hace que sea difícil de entender.	

	fluida y se mantiene un estilo coherente con el texto original.	podrían mejorarse. La redacción es en su mayoría fluida y coherente.	deficiencias en la redacción y estilo.	comprensión del contenido.		
<b>Inclusión de Ideas Clave</b>	El resumen incluye todas las ideas clave del texto original de manera precisa y relevante.	El resumen incluye la mayoría de las ideas clave del texto original, aunque algunas podrían estar poco desarrolladas o faltar detalles importantes.	El resumen incluye algunas ideas clave, pero deja de lado varias ideas importantes del texto original.	El resumen omite varias ideas clave del texto original, lo que afecta la comprensión del contenido.	El resumen no identifica ni incluye las ideas clave del texto original, resultando en una versión completamente incoherente y desvinculada del contenido original.	
<b>Fidelidad al Texto Original y Plagio</b>	El resumen refleja fielmente el contenido y las ideas del texto original, evitando el plagio y citando adecuadamente las fuentes utilizadas.	El resumen refleja de manera adecuada el contenido y las ideas del texto original, y se citan correctamente las fuentes utilizadas.	El resumen muestra cierta similitud con el texto original, pero faltan citas o se identifican problemas de plagio.	El resumen muestra un alto grado de similitud con el texto original sin citar adecuadamente las fuentes, lo que constituye un plagio evidente.	El resumen es una copia directa del texto original sin ninguna cita ni referencia, lo que constituye un grave caso de plagio.	

ESCALA DE VALORACIÓN	
<b>Excelente</b>	5.0
<b>Bueno</b>	4.0 – 4.5
<b>Aceptable</b>	3.0 – 3.5
<b>Insuficiente</b>	2.0 – 2.9
<b>Deficiente</b>	2.0 – 1.9
<b>No entregó</b>	0

## COMUNICACIÓN II

### Temas y subtemas

- **Los ámbitos de la comunicación:** personal, académico, social y profesional.

- **Lectura y comprensión lectora:** Literal, inferencial y crítico.
- **Producción textual:** Mapa conceptual, Síntesis y resumen, Paráfrasis, Texto expositivo, Texto argumentativo, ensayo.
- **La actividad comunicativa:** Emisor y receptor, Mensaje y código, Canal y contexto.
- **Coherencia, cohesión y adecuación textual.**
- **SUBEJE PROBLÉMICO:** ¿Cómo impacta la comunicación en los procesos de negociación?

### **Material didáctico de apoyo**

- Módulo de Comunicación II y demás material didáctico presentado para comprender el primer momento de aprendizaje autónomo.
- Lineamientos curriculares de lenguaje

### **Actividades**

El presente espacio académico tiene como propósito **fortalecer las habilidades y destrezas comunicativas** en sus diferentes manifestaciones (oral, escrita y corporativa) mediante la construcción de trabajos académicos que contribuyan a **optimizar los procesos de comunicación en todos los ámbitos organizacionales**. Se busca que el estudiante adquiera herramientas discursivas que le permitan expresarse con claridad, coherencia y pertinencia, tanto en contextos académicos como profesionales, asumiendo el lenguaje como un instrumento de interacción, reflexión y gestión del conocimiento.

En este sentido, este espacio académico orienta al desarrollo de **competencias comunicativas integrales**, promoviendo la comprensión crítica de los mensajes, la producción de textos con intención comunicativa clara y la aplicación de estrategias de comunicación efectiva dentro de entornos laborales e institucionales.

Como resultado de las diversas lecturas y tipologías textuales, realizar un mapa conceptual que permita identificar y relacionar aspectos fundamentales con el Subeje problémico. Aprovechar los ejercicios propuestos por el asesor en el foro académico y las asesorías con el propósito de avanzar en la construcción del mapa conceptual como producto del primer momento de aprendizaje autónomo.

- **Evaluación:** Se toma como referencia de evaluación la participación y las réplicas del foro académico y el mapa conceptual

### Producto

- Mapa conceptual elaborado mediante la siguiente herramienta tecnológica (<https://cmaptools.uptodown.com/windows/descargar>)
  - CANVA
  - GENIALLY
  - ZOOM
- Describir aspectos generales para la entrega del producto como: Formato del archivo (jpg, png) con la siguiente nomenclatura: PMA\_ Nombre del estudiante.
- **Fecha de envío: Hasta el 9 de Marzo de 2026.**

## PRODUCTO PRIMER MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Rúbrica de mapa conceptual						
Criterio	Insatisfactorio	Mejorable	Aceptable	Bueno	Excelente	Puntuación
<b>Conceptos</b>	No se puede distinguir una jerarquía dentro de los conceptos o ideas presentadas.	Los conceptos e ideas presentados no están jerarquizados de forma lógica, dificultando la comprensión de la relación entre ellos.	Algunos conceptos e ideas presentados están jerarquizados, pero la estructura puede ser más clara y lógica.	Los conceptos e ideas presentados están medianamente jerarquizados, aunque algunos pueden ser mejorados en su orden.	Los conceptos e ideas presentados están jerarquizados de forma lógica, desde los más inclusivos hasta los subordinados.	

<b>Relación entre conceptos</b>	No se pueden distinguir relaciones entre los conceptos o están ausentes.	Las relaciones presentadas entre los conceptos no son adecuadas o son poco claras, dificultando la comprensión del mapa.	Las relaciones presentadas entre los conceptos son de difícil comprensión y pueden requerir aclaraciones.	Las relaciones presentadas entre los conceptos son aceptables, aunque algunos vínculos pueden ser más claros.	Las relaciones presentadas entre los conceptos son claras, adecuadas y facilitan la comprensión del tema.	
<b>Conectores</b>	Los conectores utilizados no son adecuados para mostrar relaciones entre los conceptos.	Los conectores utilizados no permiten distinguir con facilidad las relaciones entre los conceptos.	Algunos conectores utilizados son claros, pero se pueden mejorar para mostrar relaciones con mayor claridad.	Los conectores utilizados son adecuados, aunque algunos pueden ser más precisos.	Los conectores utilizados son precisos y permiten identificar fácilmente las relaciones entre los conceptos.	
<b>Economía del lenguaje</b>	No hay economía del lenguaje ni simplicidad en las palabras utilizadas.	Las palabras utilizadas no permiten extraer con facilidad una síntesis clara del contenido.	Algunas palabras utilizadas son claras y concretas, pero puede haber redundancias o ambigüedades.	Las palabras utilizadas son mayormente claras y concretas, aunque algunas pueden ser más precisas.	Las palabras utilizadas son claras, concretas y permiten extraer fácilmente una síntesis del contenido.	
<b>Material didáctico</b>	El mapa no está apoyado en el material didáctico sugerido.	El mapa está apoyado de manera confusa en el material didáctico sugerido.	El mapa está parcialmente apoyado en el material didáctico sugerido.	El mapa está apoyado completamente en el material didáctico sugerido.	El mapa está completamente apoyado en el material didáctico sugerido y complementado con material adicional relevante.	

ESCALA DE VALORACIÓN	
<b>Excelente</b>	5.0
<b>Bueno</b>	4.0 – 4.5
<b>Aceptable</b>	3.0 – 3.5
<b>Insuficiente</b>	2.0 – 2.9
<b>Deficiente</b>	1.0 – 1.9
<b>No entregó</b>	0

# Primer Momento de Trabajo Colaborativo

**Del 10 de Marzo al 06 de Abril de 2026**

## PRIMERA FASE DEL TRABAJO INTEGRADO FINAL

### Eje problémico

- ¿Cómo influye el mercado en el poder de decisión del consumidor?

### Actividades

- Individual: Descargar los productos de primer momento de autoaprendizaje de cada espacio académico, revisar la retroalimentación de los asesores y aplicar los ajustes recomendados. Realizar lectura y apropiación del material didáctico desde cada uno de los espacios académicos del primer momento de aprendizaje autónomo.
- Grupal: Programar el encuentro en NEC con el fin de socializar los productos de autoaprendizaje corregidos y construir la primera fase del Trabajo Integrado Final (TIF). Se recomienda establecer un diálogo de saberes que conlleve a la comprensión y análisis del eje problémico. Cada grupo NEC construye UN SOLO INFORME ANALÍTICO, de acuerdo a la estructura orientada por la unidad de Comunicación II que responda al eje problémico: ¿Cómo influye el mercado en el poder de decisión del consumidor?
- Se recomienda participar en el foro académico con el propósito de avanzar en la comprensión del eje problémico.
- Evaluación: El NEC de asesores evalúa los referentes teóricos citados para resolver el eje problémico, la postura y propuestas del NEC de estudiantes en relación al eje problémico y la competencia del bloque programático: Reconoce y gestiona los elementos básicos del Mercadeo, su comercialización, procesos y estructura organizativa

- Criterios de evaluación: Estructura del INFORME ANALÍTICO, coherencia y cohesión textual, juicios valorativos o argumentos que sustenten el eje problémico, creatividad en el momento de articular cada uno de los espacios académicos en relación al eje problémico, trabajo en equipo, revisión documental que conlleve a la comprensión y análisis del eje problémico, Normas APA y uso de referentes conceptuales.

## Producto

- INFORME ANALÍTICO (máximo de 4 páginas) que responda al eje problémico en relación al impacto para interpretar el mercado y la aplicación del marketing mix en el consumidor.
- Archivo en Word. Nombre: Primer Interaprendizaje.
- Describir aspectos generales para la entrega del producto como: formato del archivo (Word) y nombre del archivo: primer momento de interaprendizaje
- **Fecha de envío: Hasta el 6 de Abril de 2026.**

Rúbrica de informe analítico					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Muy Bueno (4 puntos)	Bueno (3 puntos)	A mejorar (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
<b>Comprensión del Tema</b>	El informe muestra una comprensión profunda y precisa del tema, con una clara identificación de los problemas o cuestiones clave a analizar.	El informe demuestra una buena comprensión del tema, aunque podría profundizar más en algunos aspectos.	El informe muestra una comprensión adecuada del tema, pero podría ser más detallado en ciertos aspectos.	El informe tiene lagunas importantes en su comprensión del tema.	El informe muestra una falta de comprensión del tema.

<b>Análisis y Argumentación</b>	El informe presenta un análisis exhaustivo y riguroso de los datos y evidencias recopiladas, respaldado por argumentos lógicos y bien fundamentados.	El informe incluye un análisis sólido de los datos y evidencias, aunque podría profundizar en algunos aspectos o conectar mejor los argumentos.	El informe ofrece un análisis básico de los datos y evidencias, pero podría ser más sustentado y profundo.	El análisis en el informe es superficial o incoherente.	No se presenta análisis ni argumentación en el informe.
<b>Uso de Fuentes y Citas</b>	El informe utiliza una amplia gama de fuentes relevantes, confiables y actualizadas, y todas las citas están adecuadamente referenciadas según las normas establecidas.	El informe utiliza fuentes pertinentes y confiables, aunque podría haber una mayor diversidad o precisión en las citas.	El informe utiliza fuentes limitadas o poco relevantes, y las citas pueden tener problemas de precisión o referencia.	El informe se basa en fuentes poco confiables o no cita adecuadamente las fuentes utilizadas.	No se presentan fuentes ni citas en el informe.
<b>Estructura y Organización</b>	El informe sigue una estructura clara y coherente, con una introducción, desarrollo y conclusiones bien definidos. Los párrafos y secciones están bien conectados.	El informe tiene una estructura adecuada, pero podría mejorar la cohesión y la conexión entre las secciones.	El informe tiene una estructura básica, pero le falta fluidez en la presentación y organización de las ideas.	La estructura del informe es confusa o inadecuada, dificultando la comprensión.	El informe carece de una estructura definida.
<b>Redacción y Estilo</b>	El informe está redactado con claridad, precisión y coherencia, utilizando un lenguaje técnico y apropiado para el público objetivo.	El informe está redactado de manera comprensible, aunque podría mejorar en su estilo y expresión.	El informe tiene algunos problemas de redacción y estilo, lo que dificulta la comprensión.	La redacción en el informe es confusa o inapropiada para el tema.	La redacción es incomprensible y no sigue las normas de estilo.
<b>Reflexiones y Conclusiones</b>	El informe presenta reflexiones claras y fundamentadas sobre los hallazgos del análisis, ofreciendo conclusiones sólidas y bien respaldadas.	El informe ofrece algunas reflexiones y conclusiones, aunque podrían ser más profundas y elaboradas.	El informe tiene reflexiones y conclusiones limitadas o poco sustentadas.	El informe carece de reflexiones y conclusiones significativas.	No se presentan reflexiones ni conclusiones en el informe.

<b>Originalidad e Innovación</b>	El informe muestra un enfoque original e innovador en el análisis y las conclusiones, aportando nuevas perspectivas al tema.	El informe presenta algunas ideas originales o innovadoras, pero podría haber más creatividad en el enfoque.	El informe tiene pocas ideas originales o innovadoras, y su enfoque es convencional.	El informe carece de originalidad o enfoque innovador.	El informe es un trabajo totalmente convencional sin aportes originales.
----------------------------------	--	--	--	--	--

<b>ESCALA DE VALORACIÓN</b>	
<b>Excelente</b>	5.0
<b>Bueno</b>	4.0 – 4.5
<b>Aceptable</b>	3.0 – 3.5
<b>Insuficiente</b>	2.0 – 2.9
<b>Deficiente</b>	1.0 – 1.9
<b>No entregó</b>	0

# Segundo Momento de Aprendizaje Autónomo

Desde el 07 de Abril al 04 de Mayo de 2026

## INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA

### Temas y subtemas

- 1. INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA
- El Dinero
- Elementos de macroeconomía
  
- SUBEJE PROBLÉMICO: ¿Cómo impacta la economía emergente en el comportamiento del consumidor?

### Material didáctico de apoyo

- Acceder al material didáctico de las dos unidades temáticas presentado en la plataforma Moodle. Revisar el taller propuesto.
- 

### Actividades

- La finalidad de las dos unidades temáticas es identificar los costos y los indicadores financieros de las empresas competitivas del contexto como elementos de incidencia en el comportamiento del consumidor.
- Con la finalidad de articular y comprender la intencionalidad de los dos espacios académicos, desarrolle el taller dispuesto en el foro académico que tiene como objetivo relacionar los conceptos claves para la comprensión del Subeje problémico. Socialice en el foro académico los resultados del taller que serán objeto de discusión grupal (mínimo 3 réplicas). Como resultado del taller, elabore una síntesis, identificando la relación y aspectos fundamentales que resuelva el Subeje problémico (¿Cómo impacta la economía emergente en el comportamiento del consumidor?) en el análisis del Subeje problémico, es fundamental tener en cuenta el análisis de la entrevista realizada en los espacios de Comportamiento del Consumidor y Estrategia de Producto y Precio.
- Evaluación: En el foro académico (Producción de texto autónomo, argumentación, interacción y participación grupal mediante réplicas. Explicar y analizar la intención del Subeje problémico,

mediante la síntesis y la Infografía. Criterios de evaluación: Creatividad en el uso de Mediaciones Tecnológicas, diseño gráfico interactivo, veracidad en la información, uso de Normas APA para la referencia.

### Producto

- INFOGRAFÍA que responda al Subeje problémico en relación a los resultados de la entrevista realizada en los espacios de las unidades disciplinares (¿Cómo impacta la economía emergente en el comportamiento del consumidor?)
- Describir aspectos generales para la entrega del producto como: INFOGRAFÍA-Introducción/Contabilidad. Formato del archivo: Guardarlo como pdf. Nombre del archivo. SMA\_ Nombre del estudiante
- **Fecha de envío: Hasta al 04 de Mayo de 2026.**

## PRODUCTO SEGUNDO MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Rúbrica de infografía						
Criterio	Insatisfactorio	Mejorable	Aceptable	Bueno	Excelente	Puntuación
<b>Diseño visual</b>	Confuso y poco atractivo. Dificulta la comprensión de la información.	Adecuado, pero podría mejorar la claridad y la estética. Algunos elementos distraen del contenido.	Atractivo y bien organizado. Facilita la comprensión de la información.	Llamativo y coherente. Diseño y elementos visuales respaldan la información de manera efectiva.	Excepcional. Diseño impactante y profesional. Mejora significativamente la experiencia del espectador.	
<b>Claridad y concisión</b>	Información poco clara y desorganizada. Exceso de texto dificulta la lectura.	Alguna claridad, pero puede haber información redundante o falta de concisión.	Claro y conciso en su mayoría. La información está bien presentada y es fácil de entender.	Muy claro y conciso. La información se presenta de manera efectiva con la cantidad adecuada de texto.	Excepcionalmente claro y conciso. La información es precisa y se comunica de manera destacada.	

<b>Relevancia del contenido</b>	Información irrelevante y poco pertinente al tema. No cumple con los objetivos de la infografía.	Alguna relevancia, pero aspectos clave pueden estar ausentes o poco desarrollados.	Contenido relevante y adecuado. Cumple con los objetivos de la infografía.	Contenido altamente relevante y bien desarrollado. Respaldo por datos y fuentes confiables.	Excepcionalmente relevante y enriquecido con detalles pertinentes. Cumple con los objetivos y destaca en profundidad.	
<b>Organización de la información</b>	Falta de estructura y secuencia lógica. Difícil de seguir.	Básica organización, pero puede haber áreas desordenadas o poco coherentes.	Bien organizado y secuencia lógica. Secciones fluyen naturalmente.	Muy bien organizado. Estructura clara y coherente.	Excepcionalmente organizado. Facilita la comprensión y destaca la relación entre las secciones.	
<b>Calidad de los gráficos</b>	Gráficos poco claros y de baja calidad. Dificultan la comprensión.	Algunos gráficos claros, pero la calidad puede mejorar.	Gráficos claros y adecuados para presentar la información.	Gráficos de alta calidad y efectivos. Mejoran la comprensión de la información.	Gráficos excepcionales. Aportan valor y enriquecen la presentación visual.	
<b>Credibilidad de las fuentes</b>	Fuentes poco confiables o no citadas adecuadamente. Compromete la credibilidad de la infografía.	Alguna fuente confiable, pero puede haber omisiones o errores en las citas.	Fuentes confiables y citadas adecuadamente.	Fuentes sólidas y respaldadas por evidencia. Aportan credibilidad a la información.	Fuentes altamente confiables y bien documentadas. Aumentan significativamente la credibilidad de la infografía.	

ESCALA DE VALORACIÓN	
<b>Excelente</b>	5.0
<b>Bueno</b>	4.0 – 4.5
<b>Aceptable</b>	3.0 – 3.5
<b>Insuficiente</b>	2.0 – 2,9
<b>Deficiente</b>	1.0 – 1,9
<b>No entregó</b>	0

## CONTABILIDAD FINANCIERA Y COSTOS

### Temas y subtemas

#### CONTABILIDAD DE COSTOS

- Costeo por procesos y costeo por órdenes de trabajo
- Costeo basado en actividades (ABC)
- Identificar los diferentes tipos de costos en las empresas productoras, de servicios y comerciales.
- SUBEJE PROBLÉMICO: ¿Cómo impactan los costos en la eficiencia financiera de las empresas y en el comportamiento del consumidor?
- 

### Material didáctico de apoyo

- Acceder al material didáctico de la unidad temática presentado en la plataforma Moodle. Revisar el taller propuesto.

### Actividades

- La finalidad de la unidad temática es identificar los tipos de costos de producción más relevantes de las empresas competitivas del contexto como elementos de incidencia en el comportamiento del consumidor.
- Con la finalidad de comprender la intencionalidad del espacio académico, desarrolle el taller dispuesto en el foro académico que tiene como objetivo relacionar los conceptos claves para la comprensión del Subeje problémico. Socialice en el foro académico los resultados del taller que serán objeto de discusión grupal. Como resultado del taller, elabore una síntesis, identificando la relación y aspectos fundamentales que resuelva el Subeje problémico ¿Cómo impactan los costos en la eficiencia financiera de las empresas y en el comportamiento del consumidor?

**Evaluación:** En el foro académico (Producción de texto autónomo, argumentación, interacción y participación grupal mediante réplicas). Explicar y analizar la intención del Subeje problémico.

**Criterios de evaluación:** Analiza y clasifica los diferentes tipos de costos de las empresas (productivas, servicios y comerciales) y los relaciona con el impacto financiero de la empresa.

**Producto**

- Taller (Ejercicio con la implementación de costos de producción, ventas, distribución, administración y financiación) que responda al Subeje problémico ¿Cómo impactan los costos en la eficiencia financiera de las empresas y en el comportamiento del consumidor?
- **Fecha de envío: Hasta al 04 de Mayo de 2026.**

Rúbrica taller					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
Objetivos del Taller	Los objetivos del taller están claramente definidos y se cumplen de manera sobresaliente. Los participantes logran un alto grado de aprendizaje y comprensión de los temas presentados.	Los objetivos del taller están bien definidos y en su mayoría se cumplen. Los participantes logran un buen nivel de aprendizaje y comprensión de los temas.	Los objetivos del taller están definidos, pero algunos no se cumplen en su totalidad. Los participantes alcanzan un nivel aceptable de aprendizaje y comprensión.	Los objetivos del taller son vagos o poco claros, lo que dificulta su cumplimiento. Los participantes tienen dificultades para alcanzar un nivel adecuado de aprendizaje y comprensión.	Los objetivos del taller no están claros y no se cumplen satisfactoriamente. Los participantes no logran un nivel adecuado de aprendizaje y comprensión.

Contenido del Taller	El contenido del taller es relevante, completo y está bien organizado. Los materiales y recursos utilizados son de alta calidad y enriquecen la experiencia del taller.	El contenido del taller es relevante y bien organizado, aunque algunos detalles podrían ser más desarrollados. Los materiales y recursos utilizados son adecuados.	El contenido del taller es aceptable, pero le falta profundidad en algunos puntos o algunos materiales y recursos podrían mejorarse.	El contenido del taller es insuficiente y dificulta la comprensión de los temas tratados. Los materiales y recursos utilizados son inadecuados.	El contenido del taller es poco relevante y desorganizado. Los materiales y recursos utilizados son deficientes.
Dinámicas y Metodología	Las dinámicas y metodologías del taller son altamente efectivas, fomentan la participación activa de los asistentes y facilitan el aprendizaje.	Las dinámicas y metodologías del taller son buenas y promueven la participación de los asistentes en su mayoría.	Las dinámicas y metodologías del taller son aceptables, pero podrían mejorar para incentivar más la participación.	Las dinámicas y metodologías del taller son ineficaces y no logran involucrar a los asistentes.	Las dinámicas y metodologías del taller son inadecuadas y no generan participación.
Comunicación y Facilitación	El facilitador se comunica de manera clara, eficiente y empática. Guía al grupo con habilidades excelentes de facilitación y manejo de preguntas y respuestas.	El facilitador se comunica de manera clara y efectiva, aunque podría mejorar en algunos aspectos. Maneja bien las preguntas y respuestas del grupo.	El facilitador se comunica de manera aceptable, pero a veces es confuso o poco empático. Maneja las preguntas y respuestas del grupo adecuadamente.	El facilitador tiene dificultades para comunicarse de manera clara y efectiva. Le cuesta manejar las preguntas y respuestas del grupo.	El facilitador no se comunica de manera adecuada y tiene dificultades para manejar preguntas y respuestas.
Interacción y Participación	Los participantes interactúan activamente durante el taller, aportan ideas y comparten experiencias de manera enriquecedora.	Los participantes interactúan de manera aceptable durante el taller y aportan algunas ideas y experiencias.	Los participantes tienen una interacción limitada durante el taller y aportan poco al contenido.	Los participantes tienen una interacción pasiva y no aportan ideas o experiencias significativas.	Los participantes no interactúan ni participan activamente en el taller.

Organización y Logística	La organización y logística del taller son impecables. Los horarios, materiales y recursos están bien planificados y se cumplen satisfactoriamente.	La organización y logística del taller son buenas, aunque algunos aspectos podrían mejorar. Los horarios y materiales están en su mayoría bien planificados.	La organización y logística del taller son aceptables, pero algunos aspectos afectan su desarrollo. Los horarios y materiales podrían ser mejorados.	La organización y logística del taller son deficientes y afectan negativamente su desarrollo. Los horarios y materiales no están adecuadamente planificados.	La organización y logística del taller son caóticas y afectan seriamente su desarrollo.
Impacto y Resultados	El taller tiene un impacto significativo en los participantes y se logran resultados sobresalientes en términos de aprendizaje y adquisición de habilidades.	El taller tiene un impacto positivo en los participantes y se logran buenos resultados en términos de aprendizaje y adquisición de habilidades.	El taller tiene un impacto aceptable en los participantes, aunque algunos resultados podrían ser más notorios.	El taller tiene un impacto limitado en los participantes y los resultados son insuficientes.	El taller no tiene impacto ni logra resultados significativos.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2,9
Deficiente	2.0 – 1,9
No entregó	0

# ESTRATEGIA DE PRODUCTO Y PRECIO/ COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y PENSAMIENTO ESTRATÉGICO DE MERCADO

## Temas y subtemas

### 1. ESTRATEGIA DE PRODUCTO Y PRECIO

- Estrategias, dirección y gestión de la línea de productos
- La innovación y los nuevos productos
- Políticas de precios en función de los objetivos de Marketing
- Estrategias de precios

### 2. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

- Proceso de Decisión del Consumidor
- Proceso de Decisión de Compra de Nuevos Productos
- Mercados de negocios y comportamiento de compra de los negocios.

### 3. PENSAMIENTO ESTRATÉGICO DE MERCADO

- ¿Pensar de manera sistémica significa pensar de otro modo?
- ¿Cuál es la relación que tiene la perspectiva sistémica con el dominio estratégico?
- ¿Qué impacto tiene el pensamiento sistémico sobre el estratega?
- Pensamiento estratégico y complejidad.
- ¿Qué es la complejidad? (I)
- ¿Es la organización un sistema complejo?
- ¿Qué impacto tiene el pensamiento complejo sobre el estratega?

SUBEJE PROBLÉMICO: ¿Cómo influyen las estrategias innovadoras y contextualizadas para ofertar los productos, bienes o servicios en una empresa?

## Material didáctico de apoyo

- Acceder al material didáctico dispuesto en la plataforma Moodle para iniciar el proceso de lectura comprensiva en relación con el Subeje problémico que articula los tres espacios académicos.
- ...

### **Actividades**

- Uno de los objetivos de los temas propuestos es conocer los distintos modelos de decisión de compra, dominar los fundamentos básicos, producto y el precio en mercadeo. Así mismo, analizar y contextualizar cada una de las variables de influencia.
- Después de abordar cada una de las lecturas y el material de apoyo, elija una empresa del contexto regional, con el objetivo de aplicar una entrevista virtual o presencial de acuerdo con las preguntas acordadas con los asesores de las unidades temáticas. Socializar en el foro académico el análisis de la entrevista y replique 3 foristas con el ánimo de avanzar en el análisis del Subeje problémico (recodar que el análisis de la entrevista se constituye en un insumo para el TIF).
- Evaluación: Presentación y análisis de la entrevista, participación y réplicas mediante el foro académico. Criterios de evaluación: Capacidad de análisis y argumentación de acuerdo con los resultados de la entrevista y su relación con el Subeje problémico.

### **Producto**

- Informe Analítico (máximo 3 páginas, Normas APA) que responda al Subeje problémico y el análisis de la entrevista realizada: ¿Cómo influyen las estrategias innovadoras y contextualizadas para ofertar los productos, bienes o servicios en una empresa?
- Informe analítico. Aplicar Normas APA. Formato del archivo (Word) y nombre del archivo. SMA\_Nombredelestudiante.
- **Fecha de envío: Hasta el 04 de Mayo de 2026.**

Rúbrica de informe analítico					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Muy Bueno (4 puntos)	Bueno (3 puntos)	A mejorar (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
<b>Comprensión del Tema</b>	El informe muestra una comprensión profunda y precisa del tema, con una clara identificación de los problemas o cuestiones clave a analizar.	El informe demuestra una buena comprensión del tema, aunque podría profundizar más en algunos aspectos.	El informe muestra una comprensión adecuada del tema, pero podría ser más detallado en ciertos aspectos.	El informe tiene lagunas importantes en su comprensión del tema.	El informe muestra una falta de comprensión del tema.
<b>Análisis y Argumentación</b>	El informe presenta un análisis exhaustivo y riguroso de los datos y evidencias recopiladas, respaldado por argumentos lógicos y bien fundamentados.	El informe incluye un análisis sólido de los datos y evidencias, aunque podría profundizar en algunos aspectos o conectar mejor los argumentos.	El informe ofrece un análisis básico de los datos y evidencias, pero podría ser más sustentado y profundo.	El análisis en el informe es superficial o incoherente.	No se presenta análisis ni argumentación en el informe.
<b>Uso de Fuentes y Citas</b>	El informe utiliza una amplia gama de fuentes relevantes, confiables y actualizadas, y todas las citas están adecuadamente referenciadas según las normas establecidas.	El informe utiliza fuentes pertinentes y confiables, aunque podría haber una mayor diversidad o precisión en las citas.	El informe utiliza fuentes limitadas o poco relevantes, y las citas pueden tener problemas de precisión o referencia.	El informe se basa en fuentes poco confiables o no cita adecuadamente las fuentes utilizadas.	No se presentan fuentes ni citas en el informe.
<b>Estructura y Organización</b>	El informe sigue una estructura clara y coherente, con una introducción, desarrollo y conclusiones bien definidos. Los párrafos y secciones están bien conectados.	El informe tiene una estructura adecuada, pero podría mejorar la cohesión y la conexión entre las secciones.	El informe tiene una estructura básica, pero le falta fluidez en la presentación y organización de las ideas.	La estructura del informe es confusa o inadecuada, dificultando la comprensión.	El informe carece de una estructura definida.
<b>Redacción y Estilo</b>	El informe está redactado con claridad, precisión y coherencia, utilizando un lenguaje técnico y apropiado para el público objetivo.	El informe está redactado de manera comprensible, aunque podría mejorar en su estilo y expresión.	El informe tiene algunos problemas de redacción y estilo, lo que dificulta la comprensión.	La redacción en el informe es confusa o inapropiada para el tema.	La redacción es incomprensible y no sigue las normas de estilo.

<b>Reflexiones y Conclusiones</b>	El informe presenta reflexiones claras y fundamentadas sobre los hallazgos del análisis, ofreciendo conclusiones sólidas y bien respaldadas.	El informe ofrece algunas reflexiones y conclusiones, aunque podrían ser más profundas y elaboradas.	El informe tiene reflexiones y conclusiones limitadas o poco sustentadas.	El informe carece de reflexiones y conclusiones significativas.	No se presentan reflexiones ni conclusiones en el informe.
<b>Originalidad e Innovación</b>	El informe muestra un enfoque original e innovador en el análisis y las conclusiones, aportando nuevas perspectivas al tema.	El informe presenta algunas ideas originales o innovadoras, pero podría haber más creatividad en el enfoque.	El informe tiene pocas ideas originales o innovadoras, y su enfoque es convencional.	El informe carece de originalidad o enfoque innovador.	El informe es un trabajo totalmente convencional sin aportes originales.

ESCALA DE VALORACIÓN	
<b>Excelente</b>	5.0
<b>Bueno</b>	4.0 – 4.5
<b>Aceptable</b>	3.0 – 3.5
<b>Insuficiente</b>	2.0 – 2,9
<b>Deficiente</b>	3.0 – 1,9
<b>No entregó</b>	0

## CALCULO DIFERENCIAL E INTEGRAL

### Temas y subtemas

- 1. TEMA: La Integral
- Subtemas:
  - Concepto de la Antiderivada
  - Métodos de Integración
  - Área bajo la curva
  - Aplicaciones de las integrales en el Mercado

- SUBEJE PROBLÉMICO: ¿Cómo incide una aplicación matemática en el momento de posicionar un determinado bien, producto o servicio en un entorno como el actual?

### **Material didáctico de apoyo**

- Acceder a plataforma Moodle para apropiarse del material didáctico que permite la comprensión y análisis del Subeje problémico.

### **Actividades**

- Este espacio académico tiene la finalidad de identificar un modelo matemático adecuado para lograr el posicionamiento de un determinado bien, producto o servicio de acuerdo al contexto económico actual.
- Ingresar permanentemente al foro académico para analizar los diferentes interrogantes y ejercicios propuestos por el asesor para lograr la comprensión y análisis del Subeje problémico, mediante un TALLER que inicia su elaboración durante el desarrollo del foro académico y las asesorías. Es primordial que en el desarrollo del taller se contemple el análisis de la entrevista realizada en las unidades temáticas disciplinares.
- Evaluación: En el foro académico (Producción de texto autónomo, argumentación, interacción y participación grupal mediante réplicas). Taller que responda a la intencionalidad del Subeje problémico. Criterios de evaluación: Capacidad para contrastar y analizar información de acuerdo con el Subeje problémico.

### **Producto**

- TALLER (Tener en cuenta las directrices del asesor y Normas APA) que responda al Subeje problémico: ¿Cómo incide una aplicación matemática en el momento de posicionar un determinado bien, producto o servicio en un entorno como el actual?

- Describir aspectos generales para la entrega del producto como: formato del archivo (Word) y nombre del archivo: SMA\_Nombredel estudiante.
- **Fecha de envío: Hasta el 04 de Mayo de 2026.**

Rúbrica taller					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
Objetivos del Taller	Los objetivos del taller están claramente definidos y se cumplen de manera sobresaliente. Los participantes logran un alto grado de aprendizaje y comprensión de los temas presentados.	Los objetivos del taller están bien definidos y en su mayoría se cumplen. Los participantes logran un buen nivel de aprendizaje y comprensión de los temas.	Los objetivos del taller están definidos, pero algunos no se cumplen en su totalidad. Los participantes alcanzan un nivel aceptable de aprendizaje y comprensión.	Los objetivos del taller son vagos o poco claros, lo que dificulta su cumplimiento. Los participantes tienen dificultades para alcanzar un nivel adecuado de aprendizaje y comprensión.	Los objetivos del taller no están claros y no se cumplen satisfactoriamente. Los participantes no logran un nivel adecuado de aprendizaje y comprensión.
Contenido del Taller	El contenido del taller es relevante, completo y está bien organizado. Los materiales y recursos utilizados son de alta calidad y enriquecen la experiencia del taller.	El contenido del taller es relevante y bien organizado, aunque algunos detalles podrían ser más desarrollados. Los materiales y recursos utilizados son adecuados.	El contenido del taller es aceptable, pero le falta profundidad en algunos puntos o algunos materiales y recursos podrían mejorarse.	El contenido del taller es insuficiente y dificulta la comprensión de los temas tratados. Los materiales y recursos utilizados son inadecuados.	El contenido del taller es poco relevante y desorganizado. Los materiales y recursos utilizados son deficientes.
Dinámicas y Metodología	Las dinámicas y metodologías del taller son altamente efectivas, fomentan la participación activa de los asistentes y facilitan el aprendizaje.	Las dinámicas y metodologías del taller son buenas y promueven la participación de los asistentes en su mayoría.	Las dinámicas y metodologías del taller son aceptables, pero podrían mejorar para incentivar más la participación.	Las dinámicas y metodologías del taller son ineficaces y no logran involucrar a los asistentes.	Las dinámicas y metodologías del taller son inadecuadas y no generan participación.

Comunicación y Facilitación	El facilitador se comunica de manera clara, eficiente y empática. Guía al grupo con habilidades excelentes de facilitación y manejo de preguntas y respuestas.	El facilitador se comunica de manera clara y efectiva, aunque podría mejorar en algunos aspectos. Maneja bien las preguntas y respuestas del grupo.	El facilitador se comunica de manera aceptable, pero a veces es confuso o poco empático. Maneja las preguntas y respuestas del grupo adecuadamente.	El facilitador tiene dificultades para comunicarse de manera clara y efectiva. Le cuesta manejar las preguntas y respuestas del grupo.	El facilitador no se comunica de manera adecuada y tiene dificultades para manejar preguntas y respuestas.
Interacción y Participación	Los participantes interactúan activamente durante el taller, aportan ideas y comparten experiencias de manera enriquecedora.	Los participantes interactúan de manera aceptable durante el taller y aportan algunas ideas y experiencias.	Los participantes tienen una interacción limitada durante el taller y aportan poco al contenido.	Los participantes tienen una interacción pasiva y no aportan ideas o experiencias significativas.	Los participantes no interactúan ni participan activamente en el taller.
Organización y Logística	La organización y logística del taller son impecables. Los horarios, materiales y recursos están bien planificados y se cumplen satisfactoriamente.	La organización y logística del taller son buenas, aunque algunos aspectos podrían mejorar. Los horarios y materiales están en su mayoría bien planificados.	La organización y logística del taller son aceptables, pero algunos aspectos afectan su desarrollo. Los horarios y materiales podrían ser mejorados.	La organización y logística del taller son deficientes y afectan negativamente su desarrollo. Los horarios y materiales no están adecuadamente planificados.	La organización y logística del taller son caóticas y afectan seriamente su desarrollo.
Impacto y Resultados	El taller tiene un impacto significativo en los participantes y se logran resultados sobresalientes en términos de aprendizaje y adquisición de habilidades.	El taller tiene un impacto positivo en los participantes y se logran buenos resultados en términos de aprendizaje y adquisición de habilidades.	El taller tiene un impacto aceptable en los participantes, aunque algunos resultados podrían ser más notorios.	El taller tiene un impacto limitado en los participantes y los resultados son insuficientes.	El taller no tiene impacto ni logra resultados significativos.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2,9
Deficiente	4.0 – 1,9
No entregó	0

## COMUNICACIÓN II

### Temas y subtemas

- 1 PRODUCCIÓN TEXTUAL
  - Tipologías textuales (Infografía e Informe Analítico)
  - 2. Medios de Comunicación Actuales
- SUBEJE PROBLÉMICO: ¿Cómo influyen actualmente los medios de comunicación en el comportamiento de un consumidor?

### Material didáctico de apoyo

- Acceder al material didáctico dispuesto en la plataforma Moodle
- Medios de comunicación capítulo 1 <http://www.alfaredi.org/sites/default/files/articles/files/piacenza.pdf>
- MEDIOS DE COMUNICACIÓN: EFECTOS, TEORIAS, INTERMEDIACIÓN
- file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-MediosDeComunicacion-6123442.pdf
- [https://www.ejemplode.com/11-escritos/2753-ejemplo\\_de\\_informe\\_analitico.html](https://www.ejemplode.com/11-escritos/2753-ejemplo_de_informe_analitico.html)

### Actividades

- Esta unidad temática, tiene como finalidad aplicar técnicas de comunicación actualizadas y tipologías textuales que contribuyan a formar líderes en competencias comunicativas y Marketing.
- De acuerdo con el material didáctico de apoyo, ingresar al foro académico para iniciar a resolver las diferentes preguntas que conducen a la comprensión y análisis del Subeje problemático, como,

por ejemplo: ¿Cómo contribuye el desarrollo de las habilidades comunicativas, especialmente en la producción de textos, en el profesional de Mercadeo? Y ¿Por qué los Medios de comunicación influyen en el comportamiento de un consumidor? Citar ejemplos para la discusión. En este momento de aprendizaje autónomo, se retoma la estructura del informe analítico para mejorar la estructura de esta tipología en el TIF.

- Evaluación: Capacidad argumentativa en relación al Subeje problémico. Criterios de evaluación: Apropiación con la estructura del Informe analítico, creatividad en el momento de contrastar la influencia de los Medios de comunicación en el comportamiento de un consumidor.

### Producto

Informe Analítico (máximo de 3 páginas) aplicar Normas APA.

formato del archivo (Word) y nombre del archivo: SMA\_Nombredel estudiante.

- **Fecha de envío: Hasta el 04 de Mayo de 2026.**

Rúbrica de informe analítico					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Muy Bueno (4 puntos)	Bueno (3 puntos)	A mejorar (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
<b>Comprensión del Tema</b>	El informe muestra una comprensión profunda y precisa del tema, con una clara identificación de los problemas o cuestiones clave a analizar.	El informe demuestra una buena comprensión del tema, aunque podría profundizar más en algunos aspectos.	El informe muestra una comprensión adecuada del tema, pero podría ser más detallado en ciertos aspectos.	El informe tiene lagunas importantes en su comprensión del tema.	El informe muestra una falta de comprensión del tema.
<b>Análisis y Argumentación</b>	El informe presenta un análisis exhaustivo y riguroso de los datos y evidencias recopiladas, respaldado por argumentos lógicos y bien fundamentados.	El informe incluye un análisis sólido de los datos y evidencias, aunque podría profundizar en algunos aspectos o conectar mejor los argumentos.	El informe ofrece un análisis básico de los datos y evidencias, pero podría ser más sustentado y profundo.	El análisis en el informe es superficial o incoherente.	No se presenta análisis ni argumentación en el informe.

<b>Uso de Fuentes y Citas</b>	<p>El informe utiliza una amplia gama de fuentes relevantes, confiables y actualizadas, y todas las citas están adecuadamente referenciadas según las normas establecidas.</p>	<p>El informe utiliza fuentes pertinentes y confiables, aunque podría haber una mayor diversidad o precisión en las citas.</p>	<p>El informe utiliza fuentes limitadas o poco relevantes, y las citas pueden tener problemas de precisión o referencia.</p>	<p>El informe se basa en fuentes poco confiables o no cita adecuadamente las fuentes utilizadas.</p>	<p>No se presentan fuentes ni citas en el informe.</p>
<b>Estructura y Organización</b>	<p>El informe sigue una estructura clara y coherente, con una introducción, desarrollo y conclusiones bien definidos. Los párrafos y secciones están bien conectados.</p>	<p>El informe tiene una estructura adecuada, pero podría mejorar la cohesión y la conexión entre las secciones.</p>	<p>El informe tiene una estructura básica, pero le falta fluidez en la presentación y organización de las ideas.</p>	<p>La estructura del informe es confusa o inadecuada, dificultando la comprensión.</p>	<p>El informe carece de una estructura definida.</p>
<b>Redacción y Estilo</b>	<p>El informe está redactado con claridad, precisión y coherencia, utilizando un lenguaje técnico y apropiado para el público objetivo.</p>	<p>El informe está redactado de manera comprensible, aunque podría mejorar en su estilo y expresión.</p>	<p>El informe tiene algunos problemas de redacción y estilo, lo que dificulta la comprensión.</p>	<p>La redacción en el informe es confusa o inapropiada para el tema.</p>	<p>La redacción es incomprensible y no sigue las normas de estilo.</p>
<b>Reflexiones y Conclusiones</b>	<p>El informe presenta reflexiones claras y fundamentadas sobre los hallazgos del análisis, ofreciendo conclusiones sólidas y bien respaldadas.</p>	<p>El informe ofrece algunas reflexiones y conclusiones, aunque podrían ser más profundas y elaboradas.</p>	<p>El informe tiene reflexiones y conclusiones limitadas o poco sustentadas.</p>	<p>El informe carece de reflexiones y conclusiones significativas.</p>	<p>No se presentan reflexiones ni conclusiones en el informe.</p>
<b>Originalidad e Innovación</b>	<p>El informe muestra un enfoque original e innovador en el análisis y las conclusiones, aportando nuevas perspectivas al tema.</p>	<p>El informe presenta algunas ideas originales o innovadoras, pero podría haber más creatividad en el enfoque.</p>	<p>El informe tiene pocas ideas originales o innovadoras, y su enfoque es convencional.</p>	<p>El informe carece de originalidad o enfoque innovador.</p>	<p>El informe es un trabajo totalmente convencional sin aportes originales.</p>

<b>ESCALA DE VALORACIÓN</b>	
<b>Excelente</b>	5.0
<b>Bueno</b>	4.0 – 4.5
<b>Aceptable</b>	3.0 – 3.5
<b>Insuficiente</b>	2.0 – 2.9
<b>Deficiente</b>	1.0 – 1.9
<b>No entregó</b>	0

# Segundo Momento de Trabajo Colaborativo

**Del 05 al 31 de Mayo de 2026**

## SEGUNDA FASE DEL TRABAJO INTEGRADO FINAL

### Eje problémico

- ¿Cómo influye el mercado en el poder de decisión del consumidor?

### Actividades

- Individual: Descargar los productos del segundo momento de autoaprendizaje de cada espacio académico, revisar la retroalimentación de los asesores y aplicar los ajustes recomendados. Realizar lectura y apropiación del material didáctico desde cada uno de los espacios académicos del segundo momento de aprendizaje autónomo.
- Grupal: Programar el encuentro en NEC con el fin de socializar los productos de aprendizaje autónomo corregidos; como también, revisar y realizar ajustes del texto del primer momento de interaprendizaje con el objetivo de iniciar a construir la segunda fase del Trabajo Integrado Final (TIF). Se recomienda establecer un diálogo de saberes que conlleve a la comprensión y análisis del eje problémico. Cada grupo NEC construye UN SOLO INFORME ANALÍTICO que responda al análisis de la entrevista realizada en las unidades disciplinares y el eje problémico del semestre: ¿ Cómo influye el mercado en el poder de decisión del consumidor? de acuerdo a la estructura orientada por el espacio de Comunicación II.
- Se recomienda participar en el foro académico con el propósito de avanzar en la comprensión del eje problémico.
- Evaluación: El NEC de asesores evalúa los referentes teóricos citados para resolver el eje problémico, la postura y propuestas del NEC de estudiantes en relación al eje problémico y la competencia del bloque programático: Reconoce y gestiona los elementos básicos del Mercadeo, su comercialización, procesos y estructura organizativa

- Estructura del INFORME ANALÍTICO, coherencia y cohesión textual, juicios valorativos o argumentos que sustenten el eje problémico, creatividad en el momento de articular cada uno de los espacios académicos en relación al eje problémico y el ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA, realizada en el segundo momento de aprendizaje autónomo, trabajo en equipo, revisión documental que conlleve a la comprensión y análisis del eje problémico, Normas APA y uso de referentes conceptuales.

### Producto

- INFORME ANALÍTICO (máximo 8 páginas) que responda al eje problémico en relación con el impacto para interpretar el mercado y la aplicación del marketing mix en el consumidor teniendo como fundamento el análisis de la entrevista antes realizada.
- Archivo en Word. Nombre: segundo Interaprendizaje.
- Describir aspectos generales para la entrega del producto como: formato del archivo (Word) y nombre del archivo: segundo momento interaprendizaje.
- **Fecha de envío: Hasta el 29 de mayo de 2026.**

## PRODUCTO SEGUNDA FASE DEL TRABAJO INTEGRADO FINAL

Rúbrica de informe analítico					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Muy Bueno (4 puntos)	Bueno (3 puntos)	A mejorar (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
<b>Comprensión del Tema</b>	El informe muestra una comprensión profunda y precisa del tema, con una clara identificación de los problemas o cuestiones clave a analizar.	El informe demuestra una buena comprensión del tema, aunque podría profundizar más en algunos aspectos.	El informe muestra una comprensión adecuada del tema, pero podría ser más detallado en ciertos aspectos.	El informe tiene lagunas importantes en su comprensión del tema.	El informe muestra una falta de comprensión del tema.

<b>Análisis y Argumentación</b>	El informe presenta un análisis exhaustivo y riguroso de los datos y evidencias recopiladas, respaldado por argumentos lógicos y bien fundamentados.	El informe incluye un análisis sólido de los datos y evidencias, aunque podría profundizar en algunos aspectos o conectar mejor los argumentos.	El informe ofrece un análisis básico de los datos y evidencias, pero podría ser más sustentado y profundo.	El análisis en el informe es superficial o incoherente.	No se presenta análisis ni argumentación en el informe.
<b>Uso de Fuentes y Citas</b>	El informe utiliza una amplia gama de fuentes relevantes, confiables y actualizadas, y todas las citas están adecuadamente referenciadas según las normas establecidas.	El informe utiliza fuentes pertinentes y confiables, aunque podría haber una mayor diversidad o precisión en las citas.	El informe utiliza fuentes limitadas o poco relevantes, y las citas pueden tener problemas de precisión o referencia.	El informe se basa en fuentes poco confiables o no cita adecuadamente las fuentes utilizadas.	No se presentan fuentes ni citas en el informe.
<b>Estructura y Organización</b>	El informe sigue una estructura clara y coherente, con una introducción, desarrollo y conclusiones bien definidos. Los párrafos y secciones están bien conectados.	El informe tiene una estructura adecuada, pero podría mejorar la cohesión y la conexión entre las secciones.	El informe tiene una estructura básica, pero le falta fluidez en la presentación y organización de las ideas.	La estructura del informe es confusa o inadecuada, dificultando la comprensión.	El informe carece de una estructura definida.
<b>Redacción y Estilo</b>	El informe está redactado con claridad, precisión y coherencia, utilizando un lenguaje técnico y apropiado para el público objetivo.	El informe está redactado de manera comprensible, aunque podría mejorar en su estilo y expresión.	El informe tiene algunos problemas de redacción y estilo, lo que dificulta la comprensión.	La redacción en el informe es confusa o inapropiada para el tema.	La redacción es incomprensible y no sigue las normas de estilo.
<b>Reflexiones y Conclusiones</b>	El informe presenta reflexiones claras y fundamentadas sobre los hallazgos del análisis, ofreciendo conclusiones sólidas y bien respaldadas.	El informe ofrece algunas reflexiones y conclusiones, aunque podrían ser más profundas y elaboradas.	El informe tiene reflexiones y conclusiones limitadas o poco sustentadas.	El informe carece de reflexiones y conclusiones significativas.	No se presentan reflexiones ni conclusiones en el informe.

<b>Originalidad e Innovación</b>	El informe muestra un enfoque original e innovador en el análisis y las conclusiones, aportando nuevas perspectivas al tema.	El informe presenta algunas ideas originales o innovadoras, pero podría haber más creatividad en el enfoque.	El informe tiene pocas ideas originales o innovadoras, y su enfoque es convencional.	El informe carece de originalidad o enfoque innovador.	El informe es un trabajo totalmente convencional sin aportes originales.
----------------------------------	--	--	--	--	--

<b>ESCALA DE VALORACIÓN</b>	
<b>Excelente</b>	5.0
<b>Bueno</b>	4.0 – 4.5
<b>Aceptable</b>	3.0 – 3.5
<b>Insuficiente</b>	2.0 - 2,9
<b>Deficiente</b>	1.0 1.0-1,9
<b>No entregó</b>	0

## **SUSTENTACIÓN TRABAJO INTEGRADO FINAL** (06 y 07 de Junio de 2026)

# Bibliografía

## BIBLIOGRAFÍA

### UNIDAD TEMÁTICA: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

- RIVERA, C. Jaime. Conducta del Consumidor. Estrategias y Políticas Aplicadas al Marketing. 3ª. Edición, 2013.
- SCHIFFAM. Comportamiento del Consumidor. 11 Ed, 2015.
- CONEY, Comportamiento del consumidor, Repercusiones en la estrategia de Marketing Bogotá Colombia. Mc Graw Hill 1997.
- ARELLANO, Rollando. Comportamiento del consumidor. Enfoque América Latina. Mc Graw Hill 2002.
- LEON G, Schiffman Leslie Lazar. Comportamiento del consumidor. Colombia Prentice Hispanoamérica 5ed, 1997.
- Ley 1480 de 2011 - Estatuto del Consumidor

### -UNIDAD TEMÁTICA: ESTRATEGIA DE PRODUCTO Y PRECIO

- SERRANO GÓMEZ, F. Y SERRANO DOMÍNGUEZ, C. (2005). Gestión, Dirección y Estrategia de Producto. Ed. ESIC
- SUVIRI CARRASCO, J.I.: Estrategias de marketing y operativas de producto y precio - Editorial CEF

### - UNIDAD TEMÁTICA: CALCULO

- ALLENDOERFER, Carl B. y OAKLEY, Cletus O. Matemáticas Universitarias, Capítulos 6 y 8,
- Editorial McGraw-Hill, Cuarta Edición Revisada ISBN 968-422-043-X, Bogotá 1990.
- HOFFMAN. Lawrence, Cálculo para ciencias sociales y Administrativas, McGraw-Hill, Quinta
- Edición, 1990.
- MURILLO, Víctor M. y GARZON, Jairo A. (2006) Desarrollo Humano y de las Organizaciones
- Matemáticas Básicas, Florencia Caquetá Julio/2006, Universidad de la Amazonia.

- UNIDAD TEMÁTICA: PENSAMIENTO ESTRATÉGICO
- De Kluyver, Cornelis A. PENSAMIENTO ESTRATÉGICO: UNA PERSPECTIVA PARA LOS EJECUTIVOS. Buenos Aires : Pearson Educación, 2001. 226p. (HD30.28.D4E).
- ESTRATEGIAS Y OPERACIONES EMPRESARIALES EN LOS NUEVOS MERCADOS: 20 CASOS DE ESTUDIO. / Por Susana Alonso Bonis y otros; Myriam García Olalla, Camilo José Vázquez Ordás, directores; José Manuel Montes Peón, coordinador. Madrid : Civitas, 2002. 527p. (HD30.28.E82).
- Floyd, Steven W. LA GERENCIA INTERMEDIA: SU IMPORTANCIA Y ESTRATEGIAS. / Steven W. Floyd y Bill Wooldridge. México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997. 165p. (HD30.28.F56E).
- Freije Uriarte, Antonio. LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL CON MÉTODO. / Antonio Freije Uriarte, Inmaculada Freije Obregón. Bilbao : Descleé de Brouwer, 2002. 353p. (HD30.28.F72).
- Grant, Robert M. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA: CONCEPTOS, TÉCNICAS Y APLICACIONES. Madrid : Civitas, 1998. 534p. (HD30.28.G7E).
- IDEAS SOBRE ESTRATEGIA: THE BOSTON CONSULTING GROUP. / Coordinadores de la edición: Carl W. Stern y George Stalk. Bilbao : Ediciones Deusto, 1998. 370p. (HD30.28.B59E).
- Kaplan, Robert S. CÓMO UTILIZAR EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL: PARA IMPLANTAR Y GESTIONAR SU ESTRATEGIA. / Robert S. Kaplan, David P. Norton. Barcelona : Gestión 2000, 2000. 412p. (HD30.28.K29E).
- Kaplan, Robert S. EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL. / Robert S. Kaplan, David P. Norton. Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1997. 321p. (HD56.K29E).
- McNeilly, Mark. SUN TZU Y EL ARTE DE LOS NEGOCIOS: SEIS ESTRATEGIAS FUNDAMENTALES PARA EL HOMBRE DE NEGOCIOS. México : Oxford University Press, 1999. 263p. (HD30.28.M35E).
- Mintzberg, Henry. EL PROCESO ESTRATÉGICO: CONCEPTOS, CONTEXTOS Y CASOS. / Henry Mintzberg, James Brian Quinn, John

Voyer. Edición breve. México: Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997. 641p. (HD30.28.M51E).

- UNIDAD TEMÁTICA: COMUNICACIÓN II
- María cristina Ocampo Villegas, ECOES EDICIONES, 2011 - COMUNICACIÓN EMPRESARIAL
- HARVARD BUSINESS ESSENTIALS, DEUSTO 2003, COMUNICACIÓN EMPRESARIAL.
- López Ruiz. Normas técnicas y de estilo para el trabajo académico.
  
- UNIDAD TEMÁTICA: INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA
- GRAUE RUSSEK, Ana Luisa. Fundamentos de Economía. 2009
- PATERNOSTRO MATERA, José Antonio. Economía para no economistas. 2010
- MOCHON MORCILLO, Francisco. Principios de Economía. 2006
- BARROS DE CASTRO, Antonio y LESSA, Carlos. Introducción a la Economía, un enfoque estructuralista.
- BIRMINGHAM, Walter. Introducción a la economía. Cap. 1
- CLEMENT, Pool y Carrillo. Economía. Leer la introducción.
- LANGE, Oscar. Economía Política. Cap.1
- HUBERMAN, Leo. Los bienes terrenales del hombre. Primera parte, numerales I al VII.
- MARX Y HOBSBAUM. Formaciones económicas y sociales de la edad media.
- ASHTON, T. S. La revolución industrial. Cap. III, IV y V
- DOBB, Maurice. Capitalismo, crecimiento, economía y subdesarrollo
- MARX, Carlos. El capital- Volumen I, Cap. XXIV.
- SUNKEL Y PAZ. El subdesarrollo latinoamericano y la Teoría del desarrollo XXI.

- México 1981. Segunda parte. Cap. 1, 2, 3 y 4
- CASTRO Y LESSA. Obra citada. Cap. 3
- 16. CLEMENT y OTROS. Obra citada. La parte correspondiente a micro.

- UNIDAD TEMÁTICA: CONTABILIDAD FINANCIERA Y COSTOS

Biblioteca:

- Contabilidad de costos: un enfoque administrativo y de gerencia. David Noel Ramírez Padilla, Lyle Jacobsen, Morton Backer.
- Contabilidad de costos: un enfoque de gerencia. Charles T Horngren. Prentice Hall Internacional
- Bibliografía en Inglés:
- Financial Management: The Leading Edge of Management Accountancy. Allen, David. Management
- Accounting70. 5 (May 1992): 14. Disponible en Proquest